

平成25年度
地産地消優良活動表彰
受賞地区の紹介
(現地審査報告)

審査講評 平成 25 年度 地産地消優良活動表彰事業

全国地産地消推進協議会 副会長・審査委員長（筑波大学名誉教授） 永 木 正 和

1 食文化を支える「地産地消」

本国会では、T P P、米作減反政策や戸別所得補償・経営安定対策、農地の集積・管理の方法等々、大きな政策課題が俎上に上がっている。これからの日本農業の進路を決める分岐点に差し掛かっている。目が離せない緊張感の中にあるが、吉報が飛び込んできた。ユネスコに無形文化財の登録申請している「和食；日本人の伝統的な食文化」の事前審査で、「登録を求める記載」の勧告を受けたとの報である。

登録に向けて食材の豊かさ、うま味を引き出す調理法、ヘルシーな栄養バランス、自然の美しさを表現、農村の年中行事との密接な関係など、日本の文化を形成していると主張してきた。全く同感である。だが、もう少し加えるなら、和食は、根底に土地のモノ（食材）をおいしく頂こうという地産地消の考え方があるから地域に応じた多様な食材があり、郷土伝統料理がある。その地の自然環境や生けるものへの感謝や畏敬の念があり、そしてそれらに優しい栽培技術、飼養技術が地域に培われてきた。それらも含めて和食の文化性を強調したい。そう考えると、地産地消は、決して大げさではなく、日本人の食文化の下部構造を支えているのである。

そんな食の文化を大切に守れる食市場でありたい。国境のない市場にして無国籍食品を氾濫させるのではなく、優勝劣敗の競争市場にしてしまうのでもなく、地域の消費者が地域の生産者と向き合い、顔の見える関係で土地のモノを売買する地産地消を基本としたい。経済活動（資源利用）の効率性を高める市場競争原理を全否定する意図はないが、成熟社会、高齢社会の現代社会にあって、人々は、安全・安心で相互信頼・互恵のコミュニティ、環境や資源を守る持続的な社会に安らぎや幸せを実感したいと思っている。和食が無形文化財として世界に認められるこの機会に、あらためて地産地消の意義を認識し、そして地域社会に埋め込みたい。

2 今年度の応募と審査

さて、国は、食料自給率の向上を図る上で重要であり、地域の農業や農村の活性化と六次産業化に寄与する地産地消を、一層、啓発・推進する観点から、各地で立地条件に合わせて創意工夫して地産地消を展開している優れた団体を表彰する地産地消優良活動表彰事業を全国地産地消推進協議会との共催で実施している。平成 17 年度から実施しており、8 回目になる今年は中央審査段階に 25 件の応募があった。定められた審査要領に従ってつつがなく審査を終了し、地産地消推進協議会総会の議を経て最終決定し、本日を迎えることができた。

審査委員会は応募団体の活動の概要、歴史経緯、成果、特長等につき厳正かつ慎重に書類審査をして、農林水産大臣賞受賞（地域振興部門）と同（交流促進部門）の 2 団体と全国地産地消推進協議会・会長賞 1 団体、並びに農林水産省食料産業局長賞の 5 団体を選考した。なお、農林水産大臣賞候補の 2 団体と全国地産地消推進協議会・会長賞候補の 1 団体については現地審査を行った。

今年の受賞団体に、心からお喜びを申し上げます。同時に、今後も活動への工夫とマチ、ムラ挙げでの参加・支援で、地産地消事業が発展を続けることを期待申し上げます。

3 全体評価

今回の受賞団体に共通した特徴的印象を列举すると、その第一は、地産地消の取組みが多様化していることである。地域それぞれの制約に応じて創意工夫を凝らして事業展開の方向性を見出しており、

発想や仕掛けに新規性があり、示唆に富んでいた。つまり、単純に多様化したのではなく、進化発展してきていると言うべきである。

第二の特徴的印象は、地産地消の二次的な目的として、あるいは地産地消活動を契機にして結果的に消費者、高齢者、学童、一般市民、都市住民を巻き込んで、地域の自然環境保全、耕作放棄農地の発生防止、有機農業支援、食育、都市農村交流、郷土の史跡・建造物の保全管理、住民の健康管理・運動等への主体的な市民運動、市民活動が広がっていた。地産地消には地域コミュニティを元気にする仕掛けが仕組まれているのである。

第三の特徴は、次の時代の地産地消事業を担う後継者が育つ仕組みが活動の内部にある。

定められた表彰要領、審査基準に従って審査を進めたのはもち論だが、今年の審査委員会は、特にこれまでの直売所型の地産地消から、今後に向けて一步先のステップへ踏み出した取組み観点から地産地消の多様性と地産地消の副次的効果にも着眼し、今後の地産地消のビジネス・モデル性、持続的な発展性、地産地消参加者の広がりや厚さ、経済的側面（売上高）だけでなく地域社会的・教育的見地を加味した総合的な地域波及効果やポテンシャル等を重視した。

上に述べた「進化発展」を遂げた多様性の観点で1つ述べておきたい。今や全国津々浦々に根を下ろしている地産地消は、もはや、「直売所イコール地産地消」ではなくなった。地域の事情に応じて百人百様の顔をして地域社会に溶け込んできている。食べ物であるから、定住人口増加地域でない限り、地域の市場パイは一定である。もち論、新鮮で、安全・安心、旬のモノ、輸送や包装に余分なコストをかけずに販売、郷土の伝統と手作り感をかます伝統食品加工・製造、顔の見える関係で価格が決まり、買ってもらう（つまり、リピーター客に）前提があるが、大きく分けて3つの市場参入方法がある。

第一の方法は、既存のスーパー等が握っている市場に割って入る正攻法である。地産地消の初期の段階を別にすると、市街の近接地域に立地した品ぞろえ豊富な拠点型の大型直売所で販売する方法である。第二の方法は、既存市場での直接的な競争は避けて、市場の隙間（ニッチ）を埋めてゆく販売方法、あるいはパイの大きい都市で直売店を営業する地産都（外）消である。学校給食、病院の給食、社員食堂やオフィス弁当、買い物難民向けの軽トラック移動販売、日常的ではないが、町内の各種行事の時や地元消費者・都市からの訪問者との交流活動の一環としての地産地消卸売等である。第三の方法は、既存スーパーでのインショップ地産地消販売である。地産地消商品としてのアイデンティティを保持し、可能ならば仕切られた売り場を確保して販売する方法は、スーパーには顧客増大、売上増大効果があり、インショップ出荷者には、集客や店舗設備投資のリスクを最小限にして地産地消販売できる。

実は、今回、農林水産大臣賞受賞（地域振興部門）を受賞した兵庫県宍粟市学校給食センターは、上の第二の方法の1つの学校給食、農林水産大臣賞受賞（交流促進部門）を受賞した秋田県大仙市の(株)ナチュラルスタンスクラブは、第三のインショップ、全国地産地消推進協議会・会長賞の富山県黒部市のJAくろべ女性部の活動は第二の方法の1つであるイベント型活動である。

農林水産省食料産業局長賞を受賞したのは次の5団体である。(1)厚岸漁業協同組合（北海道厚岸町）、(2)群馬県立安中総合学園高等学校（群馬県安中市）、(3)旬特産館みまさか（岡山県美作市）、(4)たいき産直市「愛たい菜」（愛媛県大洲市）、(5)NPO 法人 ALIVE LAB（徳島県北島町）。これらの5団体にも、地産地消の新しい販売チャネルを模索した取組みとして示唆に富む。各受賞団体紹介のページを参照して頂きたい。

4 農林水産大臣賞受賞した2団体

(1) 農林水産大臣賞(地域振興部門)の宍粟市学校給食センター(兵庫県宍粟市)

市、JAが積極的に取り組んできた宍粟市の地産地消学校給食には、2つの“あえて”がある。その第一は、あえて「地区別方式」(実質的には「自校方式」)で、栄養教諭は地域を歩き、生産者や生産者団体と積極的に情報交換しながら給食献立表を立案している。第二のあえては「米飯給食」である。この2つの「あえて」の取り組みで地場調達率を高めることができた。さらに、食育の日やふるさと献立の日を設けたり、ジビエ・メニューを提供したり、児童自らがオニギリを握るプログラム等で地場調達率を押し上げている。栄養教諭は職責を越えて時間があれば地域を回り、関係者や農家と顔見知りになり、地場の農業を勉強する一方、給食食材出荷生産者には徹底して安全・安心意識を植え付けている。



米はJAから購入、大豆はJA出資営農法人に生産委託している。減農薬の野菜とゴマ、輸入飼料を一切給与しない平飼いの鶏卵は地元生産者から直接購入している。これら学給用食材の生産が就業の場を創出しているのはもち論であるが、長い歴史の中で先祖が石垣を積んで棚田を開き、営々営々と耕してきた農地の耕作放棄を防いでいる。学給用食材を生産している高齢者農家グループは営農組合を組織し、耕作放棄農地を預かり、地元学童の体験学習を受け入れたり、さらに都市住民との交流や作業体験の受け入れまでもするようになった。宍粟市の学校給食は地域の振興の要であり、実に大きな効果を生んでいる。

(2) 農林水産大臣賞(交流促進部門)の㈱ナチュラルスタンスクラブ(秋田県大仙市)

あきたこまちを栽培する米どころの大仙市は、近年まで水田単作農業地帯であった。だが、稲作農家には、ブランド米とさえいっても低米価基調を払しょくできない、農村女性の立場が希薄、冬期間の就業の場がない等の課題を抱えていた。そんな中、稲作農家の佐々木彰さん宅では、まず夫人が立ち上がった。一念発起、野菜を栽培し、近隣の農家仲間を誘い、「ナチュラルスタンスクラブ」(NSC)という任意団体を作って、軽自動車による市内直売を始めた。栽培する野菜の品目数も増え、周年販売できるようになった。販売単価の高いメロン栽培も始めた。やがて、グループ農家の男(経営主)も活動に参加した。こうして1年を通して量的、品質的に安定した出荷ができるようになった平成17年に、市内の既存スーパーのインショップで「地産地消の広場」という販売コーナーを設けて販売する事業を開始した。ビジネス主体を明確にし、信用度を高める目的で、今年、佐々木夫婦と専任職員の3人を役員として任意団体であったNSCを株式会社化した。現在、インショップ店舗は県南地域を中心に21店舗にまで増えている。



NSCは、インショップ販売の、(1)販売努力が不可欠だが、スーパーで地産地消の方法を貫徹して顧客に訴え、販売できる、(2)軒下料を払うが、店舗施設関連の投資を要しない、(3)既存スーパーと販売競争するのではなく、スーパー側もNSC生産者側も相乗的に顧客獲得の効果が得られる、等々のメリットを享受して、安定した地産地消事業を展開している。ジャガイモ、人参等のまとまった量を出荷できる品目は、地産地消商品としてスーパーに直接買い取りしてもらっている。統一ブランドでのインショップ地産地消の販売形態で、売れ残り品を出さない工夫、努力が凝らされている。こうして安定したビジネスを展開していることから、少数品目専作野菜作りの若い生産者もNSC構成メンバーになっており、活力がある。地産地消の新しい展開への先駆的な事例である。地域の多様な生産者を受け入れ、緩やかな連携で出荷調整をしながら加工と販売の活動を行っており、交流促進部門の大臣表彰に値する。